

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Perumusan Masalah.....	11
E. Kegunaan Penelitian	11
 BAB II. KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual	13
1. <i>Experiential Marketing</i>	13
2. Kepuasan Pelanggan	24
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	36
C. Kerangka Teoretik.....	41
D. Perumusan Hipotesis.....	44
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian	45

B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Metode Penelitian	46
D. Populasi dan Sampling	48
E. Teknik Pengumpulan Data	49
1. Variabel Kepuasan Pelanggan	
a. Definisi Konseptual	49
b. Definisi Operasional	50
c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	50
d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan	52
2. Variabel <i>Experiential Marketing</i>	
a. Definisi Konseptual	55
b. Definisi Operasional	55
c. Kisi-kisi Instrumen <i>Experiential Marketing</i>	56
d. Validasi Instrumen <i>Experiential Marketing</i>	58
F. Teknik Analisis Data	60
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	66
1. Data Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	66
2. Data Variabel X (<i>Experiential Marketing</i>)	70
B. Pengujian Hipotesis	76
C. Pembahasan	79
BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	80
B. Implikasi	81
C. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87
RIWAYAT HIDUP PENELITI	147

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Surat Permohonan Izin Penelitian	87
2 Daftar Nama Karyawan Marketing Communication	88
3 Lembar Identitas Responden Ujicoba	90
4 Surat Izin Penelitian di PT Kompas Media Nusantara.....	91
5 Kuesioner Uji Coba Variabel Y	92
6 Perhitungan Data Mentah Uji Coba Instrumen Variabel Y	94
7 Langkah Perhitungan Uji Validitas Variabel Y	95
8 Data Hasil Perhitungan Uji Validitas Varibel Y	96
9 Data Hasil Uji Realibilitas Variabel Y.....	97
10 Kuesioner Uji Coba Variabel X	98
11 Perhitungan Data Mentah Uji Coba Variabel X	101
12 Langkah Perhitungan Uji Validitas Variabel X	102
13 Data Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X.....	103
14 Data Hasil Uji Realiabilitas Variabel X	104
15 Instrumen Final Kepuasan Pelanggan	105
16 Instrumen Final <i>Experiential Marketing</i>	107
17 Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	110
18 Data Mentah Variabel X (<i>Experiential Marketing</i>)	111

19	Data Mentah Variabel X (<i>Experiential Marketing</i>) dan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	112
20	Data Berpasangan Variabel X dan Variabel Y	113
21	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	114
22	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (<i>Experiential Marketing</i>)	115
23	Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	116
24	Grafik Histogram Variabel X (<i>Experiential Marketing</i>)	117
25	Tabel Perhitngan Rata-Rata Varians, Simpangan Baku, Variabel X dan Y	118
26	Perhitungan Rata-Rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X dan Y	119
27	Perhitungan Uji Linearitas dengan Regresi Linear Sederhana $\hat{Y} = a + bX$	120
28	Grafik Persamaan Regresi	121
29	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$	122
30	Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 24,547 + 0,446 X$	123
31	Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 24,547 + 0,446 X$	124

32	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X	125
33	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X	126
34	Perhitungan JK (G)	127
35	Perhitungan Uji Keberartian Regresi	128
36	Perhitungan Uji Kelinearan Regresi	129
37	Tabel ANAVA Untuk Uji Keberartian dan Uji Kelinearan Regresi .	130
38	Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	131
39	Perhitungan Uji Signifikansi (Uji-t)	132
40	Perhitungan Koefisien Determinasi	133
41	Skor Indikator Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	134
42	Skor Indikator Variabel X (<i>Experiential Marketing</i>)	135
43	Tabel Nilai r <i>Product Moment</i>	136
44	Tabel Kurva Normal Persentase	137
45	Tabel t	138
46	Tabel Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas 5%	139
47	Tabel Nilai Kritis L untuk Uji Liliefors	144

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
II.1 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan	28
III.1 Tabel Jumlah Karyawan <i>Marketing Communication</i> Kompas	49
III.2 Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	52
III.3 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan	53
III.4 Kisi-Kisi Instrumen <i>Experiential Marketing</i>	57
III.5 Skala Penilaian Instrumen <i>Experiential Marketing</i>	58
III.6 Daftar Analisis Varians	64
IV.1 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	68
IV.2 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Kepuasan Pelanggan	70
IV.3 Distribusi Frekuensi <i>Experiential Marketing</i>	71
IV.4 Rata-Rata Hitung Skor Indikator <i>Experiential Marketing</i>	74
IV.5 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran	76
IV.6 ANAVA Untuk Keberartian dan Lineritas Persamaan Regresi.....	77
IV.7 Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana Antara X dan Y	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
IV.1 Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	69
IV.2 Grafik Histogram <i>Experiential Marketing</i> (Variabel X)	73
IV.3 Persamaan Garis Regresi $\hat{Y} = 24,547 + 0,446 X$	75